

Rekordzahlen im fränkischen Tourismus / Motor für die Regionalentwicklung / Nachhaltigkeit bleibt Leitmotiv / Ausbildungskampagne für den touristischen Nachwuchs

Eichstätt. Positive Zahlen und zukunftsweisende Projekte standen im Mittelpunkt des Pressegesprächs, zu dem der Tourismusverband Franken am 10. Februar 2025 in den Spiegelsaal der Eichstätter Residenz eingeladen hatte. „Mit einem deutlichen Plus von 4 Prozent bei den Gästeankünften und 2,2 Prozent bei den Übernachtungen haben wir 2024 ein hervorragendes Ergebnis eingefahren“, verkündete Thomas Bold, Landrat des Landkreises Bad Kissingen und Vorsitzender des Tourismusverbandes Franken.

Aufschwung trotz großer Herausforderungen

Schon 2023 überzeugte der Tourismusverband Franken mit dem besten Übernachtungsergebnis in seiner Geschichte, das deutlich über dem letzten Vergleichsjahr vor Corona lag. „Dieses Gesamtergebnis ist umso bedeutender“, führte Thomas Bold aus, „da auch der fränkische Tourismus mit großen Herausforderungen wie der schwierigeren wirtschaftlichen Lage oder dem Fachkräftemangel konfrontiert wird. Die positiven Zahlen zeigen uns, dass unser Konzept und unser gezieltes Marketing greifen.“

Neues Erscheinungsbild weckt Freude am Entdecken

Zur Seite standen Thomas Bold bei der Pressekonferenz, die dieses Jahr zum ersten Mal als moderiertes Gespräch stattfand, Angelika Schäffer, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Franken, sowie Alexander Anetsberger, Landrat des Landkreises Eichstätt. Letzterer ist zugleich 1. Vorsitzender des Tourismusverbandes Naturpark Altmühltal, einer der 16 fränkischen Ferienlandschaften, und stellvertretender Vorsitzender beim Tourismusverband Franken. Neu ist auch das Erscheinungsbild, mit dem sich der Tourismusverband Franken präsentiert – inklusive des neuen Slogans „Franken – Freude am Entdecken“. „Das neue Corporate Design ist modern und weltoffen und gleichzeitig klar strukturiert“, erläuterte Angelika Schäffer: „Das macht sowohl die Wiedererkennbarkeit bei den Gästen als auch den Einsatz in multimedialen Anwendungen leichter.“

Nachhaltigkeit als Leitmotiv

Auch mit neuem Design: Seinen Kernthemen bleibt der Tourismusverband Franken treu. Einer dieser langfristigen Schwerpunkte ist die Nachhaltigkeit. „Nachhaltigkeit liegt in Franken in der Natur der Sache“, so Thomas Bold, „gerade auch, da in unserem Urlaubsland zehn Naturparke liegen, die über die Hälfte seiner Fläche ausmachen“. Deshalb wurden in Franken hochwertige Angebote geschaffen, die Nachhaltigkeit erlebbar machen – als Beispiele nannte er die über 50 fränkischen Qualitätswanderwege, die Zusammenarbeit mit der Tourenplattform „komoot“ für nachhaltige Outdoor-Erlebnisse oder naturnahe Übernachtungsmöglichkeiten wie Baumhaushotels, Trekkingplätze oder Schäferwagen. Auch die regionale Küche als nachhaltiges kulinarisches Angebot sowie die Partnerschaft mit der Bayerischen Eisenbahngesellschaft und dem Verkehrsverbund Großraum Nürnberg sind hier von großer Bedeutung. „Wichtig für die Gäste ist es, dass bestehende nachhaltige Angebote und regionale Initiativen miteinander vernetzt sind. Das ist uns mit der 2023 gestarteten crossmedialen Nachhaltigkeits-Kampagne „Perspektivwechsel – Nachhaltige Urlaubserlebnisse in Franken“ bestens gelungen: Damit haben wir über 14 Millionen Menschen in Deutschland, Österreich, Schweden, der Schweiz und den Niederlanden erreicht.“

Dass nachhaltiger Tourismus in Franken kein kurzfristiger Trend ist, erläuterte Alexander Anetsberger: „Bereits seit den 1980er Jahren ist er Teil der Identität des Naturparks Altmühltal und wird dort auch von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt wissenschaftlich begleitet. Von Anfang an ging es darum, naturbezogene Erholungsformen zu fördern, die die Landschaft erschließen, ohne sie zu beeinträchtigen.“ Als eines der Erfolgsprojekte, die in diesem Zuge entstanden, führte Alexander Anetsberger den „Altmühltal-Panoramaweg“ an, der 2025 sein 20-jähriges Bestehen feiert und zu den Qualitätswegen „Wanderbares Deutschland“ zählt. Als weiteren Aspekt der touristischen Nachhaltigkeit nannte er die überwiegend eigentümergeführten Hotel- und Gastronomiebetriebe im Naturpark Altmühltal: „Sie sichern regionale Wertschöpfung und bieten authentische Qualität – und das trägt auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zur Resilienz des Tourismus bei.“

Tourismus als Gewinn für Gäste, Einheimische und Wirtschaft

Dies ist umso wichtiger, da der Tourismus eine bedeutende Säule der fränkischen Wirtschaft darstellt. 2023 erbrachte er einen Jahresbruttoumsatz von 11,4 Milliarden Euro; 175.240 Erwerbstätige bezogen ihr Haupteinkommen aus dem Tourismus. „Davon profitieren nicht nur Gastronomie, Hotellerie, Einzelhandel, Dienstleistungen und Handwerk, sondern letztendlich auch die gesamte lokale Infrastruktur, wenn etwa neue Wander- und Radwege geschaffen werden oder in Museen und Kultureinrichtungen investiert wird“, betonte Angelika Schäffer: „Tourismus fungiert damit als Motor für die gesamte Regionalentwicklung“.

Herausforderungen für die touristische Infrastruktur

Gleichzeitig stehen die touristischen Akteur:innen vor großen Herausforderungen. Alexander Anetsberger nannte hier die Gefahr des Angebotsschwunds. Personalmangel in der Gastronomie etwa führe zu eingeschränkten Öffnungszeiten, Investitionen würden durch die gesamtwirtschaftliche Lage, Rezession und internationale Krisen gehemmt und Betriebsschließungen durch fehlende Nachfolger:innen beeinträchtigen das touristische Angebot. „Unser Ziel muss es deshalb sein, touristische Infrastruktur zu erhalten und deren Attraktivität durch innovative Maßnahmen zu sichern. Deshalb braucht es nachhaltige Förderprogramme zur Unterstützung von Tourismusbetrieben sowie intelligente Lösungen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit,“ forderte er.

Thomas Bold ging zudem auf die aktuelle Reiseanalyse ein. Diese geht davon aus, dass die Reiselust groß ist, doch Geld den größten Unsicherheitsfaktor darstellt. „Eine Reise ist für viele meistens machbar, doch bei Zweitreisen oder Kurzurlauben wird es schwieriger“, erläuterte er: „Franken ist klassischerweise ein Ziel für dieses Segment. Umso wichtiger ist es deshalb, auf dem Markt herauszustechen und in Qualität zu investieren.“ In Gesamtfranken sei hier viel in Bewegung, als Beispiele nannte er die anstehende Ernennung Weißenstadts zum Heilbad, neue hochwertige Übernachtungsangebote wie die neuen Weinberg-Chalets in Nordheim am Main oder die neuen Seilbahnen am Ochsenkopf: „Franken hat Potenzial als nachhaltige und moderne Urlaubsregion – und das sehen auch die Investor:innen.“

Mit Leidenschaft und Know-how: neue Ausbildungskampagne

Der Tourismusverband Franken geht die Herausforderungen aktiv an: Um den Nachwuchs zu fördern, launchte er vor kurzem die Ausbildungskampagne „Mit Leidenschaft und Know-how: Starte deine Ausbildung/Karriere als Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit“. Ihr Herzstück sind kurze, authentische Videoclips. Sie zeigen jungen Menschen, welche vielfältigen Karrieremöglichkeiten der Tourismus bietet. „Die Initiative soll aber nicht nur den Nachwuchs für den Tourismus begeistern, sondern auch Betriebe motivieren, mehr Ausbildungsplätze anzubieten“, erklärte Thomas Bold.

Museumsschätze in den Fränkischen Städten

Neu gestartet wurde auch eine Kampagne, die die Museumsschätze in den Fränkischen Städten in den Mittelpunkt rückt. Dafür benannte jede Stadt in der Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“ ein besonderes Exponat aus einem ihrer Museen. Dessen Geschichte und auch die Geschichten dahinter werden auf der gemeinsamen Website der Fränkischen Städte und demnächst auch von SAT.1 Bayern in Filmbeiträgen vorgestellt. „Von Wagners Sterbesofa in Bayreuth, dem Archaeopteryx im Jura-Museum auf der Eichstätter Willibaldsburg über eine komplette Klosterküche in Rothenburg ob der Tauber bis hin zum Magdalenenaltar in Aschaffenburg, den die Restaurator:innen von einem pruden Busch befreien mussten – die Museumsschätze bringen eindrucksvoll die kulturelle Vielfalt unserer Städte zur Geltung“, erläuterte Angelika Schäffer die Kampagne (www.die-fraenkischen-staedte.de/museumsschaetze).

Jahreshöhepunkte 2025

Spannend bleibt es 2025 auch dank der Jubiläen und touristischen Jahreshöhepunkte. Ältester Jubilar ist die Veste Coburg: Sie wird 800 Jahre alt und präsentiert zu diesem Anlass eine umfassende Ausstellung rund um ihre wechselvolle Geschichte. Zum 500. Mal jähren sich 2025 die Bauernkriege. Rothenburg ob der Tauber, Würzburg, Heldburg und weitere Orte, die in Franken im Zentrum der Ereignisse standen, erinnern mit Ausstellungen und Living-History-Events an die erste deutsche Freiheitsbewegung. Auch die Literatur rückt in den Fokus: Der 200. Todestag des fränkischen Dichters Jean Paul – einer der meistgelesenen Autoren seiner Zeit und der erste deutsche Berufsschriftsteller – wird in Wunsiedel, Bayreuth und Coburg mit Lesungen, Theater und kulinarischen

Erlebnissen gefeiert. Naturbegeisterte erwartet ein Wanderjubiläum: Vor 20 Jahren setzte die Eröffnung des „Frankenwegs – vom Rennsteig zur Schwäbischen Alb“ einen Meilenstein in der Wanderqualität. Als erste Route in Deutschland wurde er vom Deutschen Wanderverband als Qualitätsweg „Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet. Seitdem begeistert er mit seiner naturnahen Streckenführung, die so viele Urlaubsgebiete in Franken wie sonst kein anderer Wanderweg verbindet. Ein weiteres Jubiläum ist die Ernennung des Obergermanisch-Raetischen Limes zum UNESCO-Welterbe vor 20 Jahren. Das römische Erbe wird mit Festen, Vorträgen und Mitmach-Aktionen lebendig – von Bogenschießen am rekonstruierten Römerturm bis zu Patrouillenfahrten auf einem nachgebauten Römerboot. Was das Jahr 2025 noch alles bietet, zeigt das aktuelle Urlaubsmagazin „Franken – Freude am Entdecken“. Auf 116 Seiten nimmt es die Leser:innen mit zu den Höhepunkten des Jahres sowie zu den Protagonist:innen der Reportagereihe „Franken hautnah – Menschen & Momente“ (www.frankentourismus.de/prospekte).

Weitere Informationen:

FrankenTourismus

Pretzfelder Straße 15, 90425 Nürnberg

Telefon 0911/941510, Fax 0911/9415110

info@frankentourismus.de, www.frankentourismus.de

Medienservice (Bilddatenbank, Meldungen, etc.):

<https://medienservice.frankentourismus.de/themen/bilder/>

Anmeldung zum Pressedienst „Der FrankenReporter“:

<https://medienservice.frankentourismus.de/registrierung/>



@FrankenTourismus

#VisitFranconia